

Перерва П.Г.

**ТРУДОУСТРОЙСТВО БЕЗ
ПРОБЛЕМ
(искусство самомаркетинга)**

Харьков
Издательский дом «ФАКТОР»
2009

Перерва П.Г.

ТРУДОУСТРОЙСТВО БЕЗ ПРОБЛЕМ (искусство самомаркетинга) .- Х.: Фактор, 2009.- 480 с.

Ви в пошуку роботи? Не знаєте з чого почати?

Тоді ця книга для Вас.

У книзі розглядаються форми і методи маловідомого напряму в ринкової економіки – самомаркетингу, що пов'язане з мистецтвом ефективного продажу самого себе на ринку праці. Пропонуючи ринку свій товар, його власник проводить велику підготовчу роботу по його виготовленню і збуту: вивчає ринок і запити споживачів, аналізує переваги і недоліки свого продукту в порівнянні з іншими, удосконалює технологію виготовлення. Робоча сила — теж товар.

Пропонуючи товар споживачеві (а робоча сила це теж товар, оскільки вона має сьогодні великий попит на ринку праці, продається і купується), продавець (власник товару) повинен собі чітко представляти, якими характеристиками, достоїнствами і перевагами він володіє, чи в повній мірі його товар відповідає тим вимогам, які висуває до нього споживач, тобто необхідно провести маркетинг товару. Внаслідок того, що маркетинг товару ніколи споживачем не проводиться, це відвічна доля власника (виробника, посередника, постачальника) товару, маркетинг робочої сили також повинен виробляти її безпосередній власник, тобто конкретна особа, конкретний індивідуум. Аби продати його з максимальною вигодою, «господареві» необхідно опанувати мистецтво продажу самого себе, тобто мистецтвом самомаркетингу.

Книга призначена для працівників кадрів служб підприємств і організацій, фахівців з управління персоналом і всіх тих, хто цікавиться питаннями особистого працевлаштування з максимальною ефективністю.

ББК 65.240 (4Укр)

ISBN 978-966-180-012-9

© Видавничий будинок „Фактор”, 2009

ПРЕДИСЛОВИЕ

I. Практический раздел

Глава 1. СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ САМОМАРКЕТИНГА

- 1.1. Понятие и сущность самомаркетинга
- 1.2. Этапы самомаркетинга и их характеристика
- 1.3 Самооценка – основной инструмент самомаркетинга

Глава 2. СОИСКАТЕЛЮ О ВЫБОРЕ ПРОФЕССИИ И ФОРМАХ РАБОТЫ

- 2.1. На что ориентироваться при выборе профессии
 - 2.1.1. Профессиональная пригодность и ее слагаемые
 - 2.1.2. Рейтинг (престижность) профессии
- 2.2. О менеджерах и бизнесменах
 - 2.2.1. Логика мышления менеджера и бизнесмена
 - 2.2.2. Типы менеджеров и бизнесменов
 - 2.2.3. Советы менеджерам и бизнесмена
 - 2.2.4. Если вы решили отказаться от собственного бизнеса
 - 2.2.5. Моральный кодекс наемного работника
- 2.3. Удаленная работа как эффективная технология заработка
- 2.4. Лизинг персонала
- 2.5. Работа по совместительству
- 2.6. Временная работа по договору
- 2.7. Работа за рубежом

Глава 3. УВОЛИТЬСЯ НЕЛЬЗЯ ОСТАТЬСЯ

- 3.1. Основные признаки необходимости смены места работы
- 3.2. Когда увольнение не выход

Глава 4. ПОИСК РАБОТЫ: СТРАТЕГИЯ, ТАКТИКА И...ПРАКТИКА

- 4.1. Определение личных целей в поиске работы
- 4.2. Способы трудоустройства
- 4.3. Поиск работы в условиях финансового кризиса
- 4.4. Поиск работы для тех, «кому за 45»
- 4.5. Типичные и фатальные ошибки тех, кто ищет работу

Глава 5. ТЕХНОЛОГИЯ НАПИСАНИЯ РЕЗЮМЕ

- 5.1. Резюме – реклама самого себя
- 5.2. Что хотят увидеть работодатели в Вашем резюме
- 5.3. Структура профессионального резюме
- 5.4. Тип и стиль резюме
- 5.5. Советы по оформлению резюме и анкеты
- 5.6. Методы подачи резюме
- 5.7. Наиболее распространенные ошибки при написании профессионального резюме

Глава 6. СОПРОВОДИТЕЛЬНОЕ ПИСЬМО: НЕОБХОДИМОСТЬ ИЛИ ПОЖЕЛАНИЕ

- 6.1. Содержание и структура сопроводительного письма
- 6.2. Правила составления сопроводительного письма
- 6.3. Сопроводительное письмо: 10 ошибок

Глава 7. СОБЕСЕДОВАНИЕ: ДО, ВО ВРЕМЯ И ПОСЛЕ

- 7.1. Что нужно сделать ДО собеседования
- 7.2. Виды и методики проведения собеседования
- 7.3. НА собеседовании...
 - 7.3.1. Что делать? Чего не делать?
 - 7.3.2. Что отвечать?
 - 7.3.3. Вопросы ценообразования с ответами и советами
 - 7.3.4. Как не стать жертвой на собеседовании
- 7.4. Что делать ПОСЛЕ собеседования
 - 7.4.1. Основные правила поведения после собеседования
 - 7.4.2. Как самостоятельно оценить результаты собеседования
 - 7.4.3. Возможно ли повторное собеседование

Глава 8. ПРИГЛАШЕНИЕ ПОЛУЧЕНО, ЧТО ДАЛЬШЕ

- 8.1. Правильно уволиться с прежнего места работы
- 8.2. Пройти испытательный срок
 - 8.2.1. Украинское законодательство об испытательном сроке
 - 8.2.2. Как успешно пройти испытательный срок
 - 8.2.3. Трудности прохождения испытательного срока и пути их решения
 - 8.2.4. Пятьдесят способов потерять работу

Глава 9. НЕДОБРОСОВЕСТНЫЕ МЕТОДЫ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА

- 9.1. Мошенничество на рынке труда
- 9.2. Обман в Интернете
- 9.3. Ловушки для соискателей рабочих мест
- 9.4. Карьерные иллюзии соискателей рабочих мест

Глава 10. КАК ПОСТРОИТЬ КАРЬЕРУ

- 10.1. Понятие карьеры и карьерной стратегии
- 10.2. Внутренние карьерные ресурсы
- 10.3. Факторы успешной карьеры
- 10.4. Принципы принятия решений при построении карьеры
- 10.5. Направления развития личной профессиональной карьеры
- 10.6. Самоменеджмент - условие личного и профессионального успеха

II. Тестовый раздел

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. САМОМАРКЕТИНГ СЕРЬЕЗНЫЙ: образцы резюме

Приложение 2. САМОМАРКЕТИНГ УЛЫБАЕТСЯ: веселые афоризмы о профессиях, работе и менеджменте

Приложение 3. САМОМАРКЕТИНГ УЛЫБАЕТСЯ: ошибки резюме

*«Все с детства знают, что то-то и то-то невозможно.
Но всегда находится невежда, который этого не знает. Он-то и делает открытие»*

Альберт Ейнштейн

ПРЕДИСЛОВИЕ

Хотя бы раз в жизни каждый из нас сталкивается с необходимостью поиска работы со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Однако для одних этот процесс представляет собой марафонский забег в общем старте, а для других спринтерскую дистанцию, да ещё и с «гандикапом». Не спешите говорить о личных связях, стиле и достижениях – это важные факторы, но далеко не определяющие. На самом деле в числе «фаворитов» не только высококлассные работники с богатым профессиональным опытом, но и претенденты с более скромными заслугами. Всё дело в том, что последние отлично владеют техниками продаж... *самого себя или самомаркетингом.*

Что такое «самомаркетинг» и какое отношение он имеет к вашей карьере; как определиться с выбором профессии и формой работы; как подготовить достигающее цели резюме, донести нужную информацию о себе до работодателя и получить приглашение на собеседование; как подготовиться к собеседованию и вести себя на нем, чтобы Вас приняли в компанию, а также, как закрепиться на полученной работе и сделать карьеру внутри организации - на эти и многие другие вопросы читатель найдет ответы в этой книге.

В гонке за рабочими местами конкуренты не всегда будут действовать честно, ведь на кону – жизненный успех. Однако, вооружившись знаниями, полученными из этой книги, Вы найдете, что им противопоставить: описанные автором приемы, методики и алгоритмы помогут Вам выйти победителем из многих проблемных ситуаций, а умело подобранные тесты укажут, где необходимо «укрепить позиции».

«Бороться, искать, найти и не сдаваться!» - это главная мысль издания, а подробности и тонкости читайте дальше...

ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Глава 1. Сущность и содержание самомаркетинга

1.1. Понятие самомаркетинга

Делая карьеру в современных условиях рынка труда, вы выступаете как создатель и продавец своей рабочей силы. Добиться успеха вам поможет знание конъюнктуры рынка, его законов и методов работы на нем. Термин «маркетинг» (правильное ударение - на первом слоге) стал в последние годы в нашей стране очень популярным, однако многие понимают смысл маркетинга односторонне, фактически приравнивая его к деятельности по рекламе и продвижению товаров. На самом деле функции маркетинга намного шире. Особенно если это касается маркетинга рабочей силы, методов и приемов маркетинговой деятельности на рынке труда.

Рассмотрим этот тезис более подробно. Маркетинг рабочей силы имеет ряд существенных особенностей по сравнению с маркетингом, который осуществляется применительно к другим объектам.

Во-первых, необходимо правильно определить, в каком товаре нуждается потенциальный покупатель и где этот покупатель находится. Если вы хотите получить высокооплачиваемую работу, вы должны предложить на рынке труда платежеспособным работодателям именно тот товар, в котором они нуждаются.

Во-вторых, даже располагая ходовым и ценным товаром, вы не сможете его продать, если не сумеете организовать его рекламу и сбыт. При продаже на рынке своей рабочей силы нужно уметь «подать» себя потенциальным работодателям. Предоставить о себе информацию так, чтобы с вами захотели встретиться и познакомиться поближе. На встрече с работодателем подать себя так, чтобы он захотел принять вас на работу, предложил достойные условия труда и оплаты. Это тоже составная часть маркетинга.

В-третьих, приобретая товар, покупатель не должен разочароваться в покупке. Если вы не сумеете закрепиться на полученной вами работе и добиться в ней успеха, то ваша карьера не состоится. В лучшем случае у вас не будет дальнейшего роста. А в худшем - вы потеряете работу.

В силу того, что маркетинг товара никогда потребителем не проводится, это исконный удел владельца (изготовителя, посредника, поставщика) товара, маркетинг рабочей силы также должен производить ее непосредственный владелец, т.е. конкретная личность, конкретный индивидуум. В итоге мы имеем дело с самомаркетингом личности.

Самомаркетинг - это взаимосвязанный комплекс мероприятий, включающий в себя объективную оценку своих знаний и умений, деловых качеств и психологических особенностей в определенной обстановке, применительно к конкретному рабочему месту, а также набор методов и средств по самосовершенствованию, по повышению качества и уровня своих знаний и умений, развитию в необходимом направлении своих личных деловых качеств, психологических особенностей. Самомаркетинг — это программа определенных действий профессионала, направленная на создание максимально благоприятных условий для реализации его главного «товара» — собственного трудового потенциала. Она включает объективную оценку, грамотное применение и самосовершенствование личных знаний и умений, деловых качеств и психологических особенностей. Также самомаркетинг предполагает умение анализировать и прогнозировать спрос и предложение своей профессии на рынке труда и на основе этого превращать свою рабочую силу в выгодный и ходовой товар.

Предлагая рынку свой товар, его владелец проводит большую подготовительную работу по его изготовлению и сбыту: изучает рынок и запросы потребителей, анализирует преимущества и недостатки своего продукта по сравнению с другими, совершенствует технологию изготовления. Рабочая сила — тоже товар, пользующийся сегодня большим спросом на рынке труда. Чтобы продать его с максимальной выгодой, «хозяину» этого специфического товара необходимо овладеть искусством самомаркетинга.

Некоторые специалисты склонны рассматривать самомаркетинг как организацию рекламы самого себя на рынке труда с целью выгодной продажи своих знаний, умений, навыков. Другие считают, что самомаркетинг — умение демонстрировать свои лучшие качества и навыки окружающим людям. Есть мнение, что самомаркетинг — это имидж, который представляет профессионала в самом выгодном свете. Обобщая все эти мнения, следует все же отметить тот факт, что самомаркетинг — это не только механизм возвеличивания себя в глазах потенциального работодателя, это еще и элемент "рыночной компетентности" любого специалиста, умение анализировать и прогнозировать ситуацию на рынке труда, конъюнктуру спроса и предложения по своей профессии и на основе этого — превращать свою "рабочую силу" в выгодный и ходовой товар, это организация рекламы самого себя на рынке труда с целью выгодной продажи своих знаний, умений, навыков.

С необходимостью проведения самомаркетинга ежегодно сталкивается огромная армия молодых специалистов, которые только-только получили еще пахнущий типографской краской диплом специалиста в определенной области. Выпускнику учебных заведений мало сдать выпускные экзамены, защитить квалификационные работы, получить диплом об образовании. Впереди у него еще один экзамен — пройти собеседование с работодателем. Получить отличную оценку можно в том случае, когда вопрос о приеме на работу будет решен положительно. Не стоит забывать, что поиски работы выпускники ведут на рынке труда, а это значит, что там действуют те же принципы и законы, что и на любом другом рынке. Какие вопросы решает рынок? Прежде всего, вопросы продажи и купли товара. Поэтому на рынке труда, как и при любой продаже, нужна реклама. Рекламой одежды, автомобилей или любой другой продукции занимаются специально обученные люди. А кто будет представлять знания, умения, профессиональный потенциал с наилучшей стороны? О самом себе лучше самого себя никто не скажет. Эта аксиома и составляет методологическую сущность самомаркетинга.

Самомаркетинг позволяет осуществлять систематическое повышение рыночной стоимости весьма важной продукции — самих себя. Это нечто такое, что помогает нам найти работу в первый раз, ускорить продвижение по службе в своей компании, перейти на новое место или расширить бизнес, если у вас собственное дело. Это — имидж, который представляет вас в самом выгодном свете. Однако продвижение на рынке любого товара — вас самих или стиральной машины — не равносильно продаже. В прошлом бизнесменов вообще не интересовали ни сами потребители, ни их потребности. Они просто производили какую-то продукцию или предлагали услуги, а потом стремились навязать их покупателям, даже если это было не совсем то, что те хотели. И клиенты покупали, либо потому что не могли найти на рынке что-то более качественное, либо потому что их заставляли это сделать с помощью насильственных методов, например, неправдивой рекламы и других не совсем добросовестных приемов. Хотя со всем этим можно столкнуться и сегодня, и некоторые компании все еще живут в прошлом, все-таки большинство из них научились по-настоящему ценить значение маркетинга. Маркетинг намного облегчает жизнь всем, потому что его предназначение — выяснить, чего хотят люди, и затем — предложить именно это — будь то товар, услуга или человек. Таким образом, самомаркетинг — это процесс, включающий в себя две составляющие. Первая часть сосредоточивает ваше внимание на вас самих, а вторая — на людях, которым вы хотите понравиться, — на рынке вашей рабочей силы, потому

что только после того, как вы выясните требования рынка, вы сможете создать такой товар,— т. е. самого себя,— какой на рынке труда захотят купить все.

Самомаркетинг — это умелое представление самого себя и своих возможностей на рынке труда в самом выгодном свете с той целью, чтобы вызвать интерес потенциального работодателя. Это еще и систематическое повышение рыночной стоимости весьма важной продукции — самого себя, что позволит в дальнейшем ускорить продвижение по службе, перейти на новое, более предпочтительное место работы или расширить свой бизнес. Цель любого маркетинга — выяснить, чего хотят потребители, а затем предложить им именно это. Цель самомаркетинга — познать и эффективно реализовать себя. Определить свои стороны, интересы, склонности, возможности, качества. Высветить перед работодателем именно то, что вызовет у него интерес и желание взять на работу. В современном мире идет постоянная конкурентная борьба за лучшее рабочее место. Задача любого ищущего работу — оказаться победителем.

Самомаркетинг предполагает составление программы определенных действий личности, которая должна создать максимально благоприятные условия для реализации главного "товара", которым обладают все здоровые, самостоятельные члены общества. Этот "товар" — рабочая сила, т.е. знания, умения, талант, профессионализм. Для того, чтобы "товар" был продан на максимально благоприятных для его владельца условиях, необходим ряд последовательных действий, которые в определенной мере соответствуют маркетинговой программе реализации товаров:

- проведение самооценки (что конкретно интересует, где хотелось бы работать, как соотносятся желания личности с уровнем профессионализма);
- изучение основных инструкций и содержания основных видов работы (эти сведения имеются в различных профильных учебных заведениях, на предприятиях и в организациях);
- точное формулирование цели поиска (оценка предпочтений, ориентация на государственные или частные структуры, желание жить или работать в большом городе, небольшом поселке или в сельской местности);
- изучение реального рынка рабочих мест и оценка его возможностей (количество вакансий на рынке интересующих должностей, состояние отрасли, уровень заработной платы и перспективы ее роста, другие характеристики рынка труда);
- подготовка резюме, которое должно быть профессионально составленным и содержать все необходимые работодателю сведения.
- соответствующей ситуации внешний вид;
- достаточно раскрепощенное поведение во время собеседования;
- уверенность в себе;
- предварительный анализ возможных вопросов и ответов на них при беседе;
- предварительная репетиция собеседования.

Самосовершенствование, повышение качества и уровня знаний и умений в системе самомаркетинга производится путем изучения и усвоения прогрессивных рекомендаций, пожеланий, методов и приемов работы, приводимых в каждом из разделов книги, овладение которыми позволяет студентам, будущим специалистам, лицам, которые в данное время оказались без работы, во-первых, повысить общий уровень своего профессионализма, во-вторых, в совершенстве освоить передовую технологию труда на данном рабочем месте и, в-третьих, подготовить себя к возможному продвижению по служебной лестнице, к занятию более высокой и, соответственно, более ответственной должности.

Банально, несколько цинично, но факт: спасение утопающих — дело самих утопающих. Особенно, если речь идет о рынке труда и поиске работы. Конечно, есть места, где можно получить совет, информацию, а иногда и помощь. Государственные центры занятости, агентства по подбору персонала, агентства по платному трудоустройству. Но выбирать, куда обратиться, придется самому. И самому решать, что делать, если в этих местах вам не

помогут найти то, что вам требуется. За вас никто не решит, какую работу искать и на какие условия соглашаться. За вас никто не проведет необходимых действий по выходу на потенциальных работодателей. И на собеседование вам придется идти самому. А, приступив к работе, вы сами должны доказать, что являетесь хорошим работником. Необходимо заниматься самомаркетингом. Необходимо учиться делать это грамотно и эффективно. Без самомаркетинга будет весьма проблематично каждому соискателю рабочего места найти хорошего работодателя и успешно выстроить отношения с ним. Без самомаркетинга практически невозможно профессионально ответить на следующие вопросы:

- как оценить ситуацию на рынке труда и правильно определить свои зарплатные ожидания?
- как подготовить достигающее цели резюме, донести нужную информацию о себе до работодателя и получить приглашение на собеседование?
- как подготовиться к собеседованию и вести себя на нем, чтобы вас приняли в компанию?
- как закрепиться на полученной работе и сделать карьеру внутри организации?

Правильно решить все эти вопросы вам помогут материалы, изложенные в различных разделах этой книги. Положительные результаты самомаркетинга повышают уверенность каждого человека в себе, побуждают его ставить перед собой более высокие цели и стремиться к их достижению.

1.2. Этапы самомаркетинга и их характеристика

Цикл **самомаркетинга** включает:

- анализ карьерных возможностей – осуществляется на основе изучения внешней карьерной среды на предмет выявления опасностей и возможностей каждого фактора (на макроуровне – политическая, экономическая, законодательно-правовая и социокультурная ситуация в стране; на микроуровне – организационно-административные, структурные и социально-психологические факторы, а также внеорганизационные факторы – семейное и родственное окружение, друзья и т.д.).

- изучение карьерного пространства – особенностей должностной, профессиональной, статусной, монетарной составляющей. Методами анализа карьерного пространства могут быть следующие: выяснение традиционных схем продвижения к тем или иным должностям (особенно наивысшей) посредством опроса коллег, непосредственного руководителя, наставника; налаживание контактов с кадровой службой организации. Выявление возможностей своего должностного роста, профессионального совершенствования, восхождения по статусной лестнице или лестнице вознаграждения в процессе трудовой деятельности в организации должно иметь непрерывный характер.

- отбор целевого окружения – выбор наиболее значимых для развития своей карьеры представителей карьерной среды и определение политики в отношении каждого из них.

- управление имиджем (важное направление самомаркетинга и самоуправления карьерой в целом – это планирование, организация и контроль за восприятием своего образа в глазах целевой аудитории. В современных реалиях это возможно осуществить на достаточно высоком уровне с помощью имиджмейкеров (специалистов по созданию имиджа конкретного человека, будь то восходящая кинозвезда, политический деятель, бизнесмен или руководитель высшего уровня).

- разработка комплекса самомаркетинга – включает в себя саморазвитие (формирование необходимых качеств), управление имиджем и мероприятия по самопрезентации – с целью создания определённого мнения, оценки со стороны представителей карьерной среды.

Маркетинг на рынке труда можно рассматривать как систему деятельности, позволяющей его субъектам оценивать состояние рынка труда, тенденции его изменения и

принимать обоснованные управленческие решения в сфере найма (трудоустройства), содействия занятости и эффективного использования человеческого капитала.

Все многообразные маркетинговые средства можно объединить в два основных вида:

а) маркетинг, ориентированный на продукт, в качестве которого выступает рабочая сила (услуги труда);

б) маркетинг, ориентированный на удовлетворение потребителей (работодателей) с учетом их дифференциации.

Эти виды маркетинга на рынке рабочей силы находят выражение в следующем: одна сторона маркетинговой деятельности должна быть нацелена на товар, в форме которого выступают трудовые услуги, представляемые рабочей силой, другая – на удовлетворение потребностей работодателей. Однако при сочетании этих двух видов маркетинга согласование спроса и предложения должно быть наилучшим. К такому выводу можно прийти по следующим причинам. В мире быстрых перемен традиционная логика «причина-следствие», «причина-результат» не является уже столь полезной, как ранее, а зачастую вообще не приемлема. Логика современного бизнеса движется между поиском причинно-следственных связей и умением видеть все многообразие взаимодействующих, часто разнонаправленных факторов. Такой логике в наилучшей степени соответствует концепция интегрированного маркетинга, согласно которой и продукт, и потребитель могут и должны создаваться в одно и то же время. Потребитель (работодатель) должен получать рабочую силу для удовлетворения своих нужд, отвечающих его требованиям, потребностям его производства, а наемный работник – прилагать усилия к тому, чтобы подготовить и предоставить ему рабочую силу необходимого качества и количества.

Основными субъектами маркетинга на рынке труда выступают наемные работники, работодатели, государственные службы занятости, негосударственные структуры по содействию занятости, государственная служба миграции населения, профессиональные учебные заведения, профессиональные союзы.

Объектом маркетинга становится любой объект, который предлагается на рынке для обмена на определенное количество каких-либо благ и на этих условиях пользуется спросом. Маркетинг рабочей силы – это маркетинг трудовых услуг. Категория «рабочая сила» как товар имеет жизненный цикл. Одна из моделей жизненного цикла товара «рабочая сила» – жизненный цикл карьеры специалиста. Каждая стадия жизни человека характеризуется потребностью работать над определенными задачами развития, прежде чем он может более или менее передвинуться на следующую стадию. Для специалиста является важным продвижение по службе или карьере. Карьера – это индивидуально-осознанная последовательность изменений во взглядах, позиции и поведении, связанных с опытом работы и деятельности в течение трудовой жизни. Жизненный цикл карьеры специалиста характеризуется стадиями карьеры, через которые проходят люди в течение своей трудовой деятельности. Делая карьеру в условиях рынка труда, каждый человек выступает как создатель и продавец своей рабочей силы. Добиться успеха поможет знание конъюнктуры рынка, его законов и методов работы на нем.

Самомаркетинг как элемент системы маркетинга функционирует на основе тех же принципов, а так же имеет схожую стадийность. Самомаркетинг – процесс, состоящий из двух частей:

- первая часть – сосредоточить внимание на самом себе – своих знаниях, навыках, умениях, личных качествах.

- вторая часть – обратить внимание и изучить требования работодателя, которому вы хотите понравиться.

Ориентируясь на требования современного рынка труда и на конкретную вакансию, специалист сможет создать такой «товар» (т.е. самого себя), который будет востребован на рынке труда. В процессе самомаркетинга не требуется полного изменения или превращения в другого человека. Многое из того, что в состоянии сделать соискатель ради большей привлекательности – легко осуществимо, но при проведении анализа качеств порой

возникает необходимость перемен. Успешный самомаркетинг предполагает, что человек должен на практике, активизируя все свои ресурсы, выделяя последовательные этапы: приобретение профессии, повышение квалификации, коррекция имиджа, расширение сетевых контактов, – выработать свою успешную стратегию поведения, которая приведет его к положительному результату.

Эффективным методом самомаркетинга можно считать диагностические упражнения, которые знакомят соискателей с технологиями диагностики уровня тех или иных качеств личности, процедурой диагностики, обработки и интерпретации результатов. Для таких упражнений используются различные анкеты и тесты.

Различают следующие *этапы* проведения самомаркетинга:

Этап 1. Определить свои цели в поисках работы. Данный этап, несмотря на его кажущуюся простоту, является определяющим. От правильного выбора цели в поиске рабочего места лично для себя, зависит сущность и содержание всех последующих этапов самомаркетинга.

Этап 2. Изучение существующих и потенциальных возможностей своего целевого рынка, а также факторов, влияющих на размер этих возможностей с целью выяснить, чего хотят потребители, а затем предложить им именно это. Структура данного этапа сводится к следующим подэтапам:

- исследование состояния рынка труда в своем регионе;
- определение потребительского спроса и потребительских предпочтений на своем целевом рынке;
- оценка источников и возможностей удовлетворения данного спроса в регионе и за его пределами;
- изучение наиболее выгодных потенциальных покупателей, их нужд и потребностей;
- определение, в каком именно товаре нуждается потенциальный покупатель и где этот покупатель находится.

Этап 3. Самооценка - изучение собственных возможностей и их соответствия нуждам и потребностям целевого рынка. Это стержневой этап самомаркетинга. Неадекватная – заниженная или завышенная самооценка может привести к последующим разочарованиям и негативным последствиям на протяжении всей жизни потенциального соискателя рабочего места. Здесь предполагается использование методов и приемов самомаркетинга по исследованию уровня качества своей рабочей силы. Кто я? Каков уровень моих профессиональных качеств? Насколько они соответствуют запросам целевого рынка? Насколько они отличны от среднего уровня качеств моих потенциальных конкурентов? Могу ли я изменить что-то в самом себе, своих навыках и умениях для повышения уровня конкурентоспособности меня как товара (моей личной рабочей силы) на соответствующем рынке труда? Качественные ответы на поставленные вопросы вы можете получить, используя рекомендации, приведенные в тестовом разделе данной книги.

Этап 4. Грамотно и профессионально, используя рекомендации главы 5, составить свое личное резюме. Базой для его составления являются результаты второго и третьего этапов самомаркетинга: соотношение уровней оценки в системе координат «возможности целевого рынка» - «мои личные возможности». Постарайтесь быть в максимальной степени честными при составлении своего резюме, в противном случае вам предстоит все начинать с начала. Прежде всего то, что ему ни в коем случае нельзя прибегать ко лжи или подлогу, будь то искаженные сведения о профессиональном опыте или приукрашивание своих знаний и умений. Даже если соискателю удастся трудоустроиться в компанию обманным путем, в дальнейшем его будет ждать только разочарование.

Этап 5. Выработка стратегии позиционирования товара «рабочая сила» для продажи своему потенциальному покупателю. Речь идет о том, что на различных микросегментах целевого рынка труда требования к вам Как к потенциальному работнику, могут существенно или несущественно отличаться. Поэтому следует сузить свой изначальный

целевой рынок до наиболее эффективных микросегментов рынка, как в плане вашей личной самореализации, так и в плане повышения вероятности получения желаемой работы.

Этап 6. Продажа товара «рабочая сила» - самопрезентация. Организация грамотной коммуникации в системе продавец – покупатель, умелое представление себя и своих возможностей на рынке труда в самом выгодном свете с той целью, чтобы вызвать интерес потенциального работодателя. На данном этапе рекомендуется интенсивно проводить работу по доведению информации о себе до потенциальных работодателей всеми доступными вам средствами: личное представление, письма, телефон, Интернет и т.п.

Этап 7. Собеседование с работодателем или его представителем: до, во время и после. Детальные рекомендации как действовать на данном этапе самомаркетинга вы найдете в разделе 7 книги.

Этап 8. Подтверждение своего реноме. Приобретая товар, покупатель не должен разочароваться в покупке. Эта стадия относится к так называемому послепродажному обслуживанию товара, которое выражается в успешном прохождении испытательного срока и закреплению в штате предприятия или фирмы. Материал, изложенный в разделе 8 книги, поможет вам успешно закрепить успех, полученный на предыдущих этапах самомаркетинга и не потерять достигнутое.

Этап 9. Систематическое повышение рыночной стоимости весьма важной продукции - самого себя, что позволяет в дальнейшем ускорить продвижение по службе, перейти на новое, более предпочтительное место работы или расширить свой бизнес.

Каждый из этих этапов – отдельная и большая проблема, которую нужно обстоятельно изучать и успешному решению которой нужно учиться. Таким образом, специалисты в различных сферах деятельности, изучая основы самомаркетинга, приобретают навыки и умения, которые помогают им в период трудоустройства. Самомаркетинг оказывает прямое влияние на карьеру специалиста и повышает его конкурентоспособность и устойчивость на профессиональном рынке труда.

1.3. Самооценка – основной инструмент самомаркетинга

Осуществляя **самомаркетинг** следует оценить себя, свои способности и, как результат, свои потребности от предполагаемого рабочего места в виде заработной платы, различного рода других выплат, возможностей карьерного роста и самореализации и т.п.

Для этого необходимо ответить на ряд вопросов. Что я умею и мог бы делать? Какие у меня есть сильные и слабые стороны? Чего в жизни мне удалось достичь? Что я мог бы в себе улучшить? В какой сфере я мог бы работать? Будьте откровенны, оценивая свои возможности. Как завышенная так и заниженная самооценка принесет впоследствии только разочарования и проблемы.

Чтобы правильно оценить себя, не занизив и не завысив свои возможности, следует обратиться к опыту специалистов в области трудоустройства, которые считают, что оценка претендента в большей степени осуществляется по следующим критериям:

- область профессиональных знаний и навыков (образование, квалификация, соответствие должности), оценка профессионального опыта;
- область профессионально значимых личностных качеств (коммуникабельность, надёжность, инициативность, автономность, устойчивость к стрессам, способность адекватно оценивать свои поступки, независимость мышления, работоспособность, дисциплинированность и пр.);
- интеллект (творческие способности, память, профессиональный кругозор, гибкость мышления, способность нестандартно мыслить и рассуждать и пр.);
- языковые способности и навыки (речевой стиль общения, умение чётко выражать свои мысли, владение понятийным аппаратом своей профессии, обширность словаря, способность к иностранным языкам и пр.);

- семейная ситуация (степень благополучия, степень влияния на выполнение будущей работы и пр.).

Первостепенное значение при осуществлении самооценки является точность и достоверность конечного результата, любая неточность может привести к нежелательным для данной личности результатам. Начать личную маркетинговую программу рекомендуется с изучения «товара», то есть с проведения максимально объективной самооценки. Опыт работы украинских рекрутинговых агентств и служб по управлению персоналом предприятий показывает, что при самооценке своих личных качеств, достоинств, возможностей и требований при поиске рабочего места, у соискателей могут быть нижеприведенные разновидности самооценок, каждая из которых в принципе имеет право на жизнь, но во многих случаях требует определенной корректировки и уточнения.

1. Заниженная самооценка или «Комплекс неполноценности». Такой соискатель рабочего места, как правило, озвучивает заниженные требования как к себе, так и к своему будущему месту работы. Чаще всего он заранее на все согласен, действует по принципу установки «я плохой, вы хорошие». Движущая сила работника с заниженной самооценкой — неуверенность в профессиональной компетентности, которая маскируется готовностью работать при минимальной оценке профессиональной деятельности и ее выражении в материальном исчислении (зарботной плате). Следствие заниженной самооценки — пассивность, боязнь ответственности, склонность к слишком легким задачам, дезорганизующее влияние неудач. Заниженная самооценка ограничивает профессиональный выбор, зачастую приводит к случайному выбору.

Вместе с тем, мы бы не рекомендовали радоваться работодателям тому положению, что они нашли идеального работника с заниженной самооценкой, который готов работать с утра до позднего вечера и получать символическую заработную плату. Исследования ученых показывают, что люди, страдающие комплексом неполноценности, болезненно стремятся к власти. Они стараются компенсировать свою несостоятельность потребностью в первенстве с патологическим желанием самоутвердиться. Им нужны не деньги, а статусные полномочия, которых они часто добиваются, демонстрируя абсолютную приверженность и исполнительность долгое время с известной нам уже целью.

2. Завышенная самооценка или «Бренд имени меня». Соискатели рабочих мест, которые слишком высоко ценят свой профессиональный капитал и запрашивают внушительные суммы оплаты труда, как правило, страдают «звездной болезнью», развившейся под влиянием установки «я исключительный». При оценке своей профессиональной деятельности они намекают на свою уникальность, дорого расценивают каждое свое профессиональное действие, живут в мире собственной воображаемой значимости. Завышение результатов самооценки провоцирует постановку целей выше реальных возможностей. Человек пренебрегает необходимой информацией, снижается вероятность его успеха, он прикладывает огромные усилия, но успех действует на него расхолаживающее, а неудачи заставляют сильно переживать. Резко завышенная самооценка может создать на какое-то время «зону постоянных неудач», снижающих профессиональную мотивацию, настрой на работу. Кроме того, человек с завышенной самооценкой хочет меньше работать и меньше отвечать за деятельность, но получать большие гонорары. Соискатели, притязания которых по заработной плате необычайно завышены, как правило, конфликтны, капризны и привередливы, во всем винят других, постоянно требуют общественного признания своих «профессиональных подвигов».

3. Неадекватная самооценка недавнего выпускника вуза или «Синдром лишних знаний». В некоторых европейских странах существуют документально и законодательно закрепленные правила: чем выше степень образования специалиста, тем грандиознее цифры минимальной гарантированной ему заработной платы. Иными словами, чем дольше учишься в вузе, тем более дорогим специалистом в профессии становишься, и работодатель не имеет права предложить соискателю доход меньше положенного.

Но в Украине чем дольше учишься с отрывом от профессиональной деятельности, тем сложнее решается вопрос трудоустройства. Просто потому, что работодатель не готов платить втридорога за престижный «бренд» диплома. Европейская тенденция в нашей стране не прижилась, но последствия ее зазвучали от вчерашних студентов на собеседованиях при приеме на работу. Молодые специалисты обременены внушительным багажом теоретических знаний, за которые их родители выложили немалые суммы в процессе обучения. Отсюда и стремление как можно скорее получать дивиденды под влиянием установки «я ценный», но, к сожалению, кроме требования неадекватно высокой заработной платы, начинающим дипломированным специалистам предъявить нечего. Умения и навыки в профессиональной деятельности требуют опыта, а диплом всего лишь гарантия выпускающего учебного

заведения, что данный специалист может быть допущен к профессиональной деятельности. Жаль, что этому факту так мало придают значения в процессе профессионального обучения. Знания без практического опыта неконвертируемы.

4. Адекватная самооценка развивающегося специалиста или «Торг уместен».

Адекватная самооценка - необходимое условие формирования зрелой личности, осознающей свою ценность и свои обязанности перед обществом. Ряды деловых людей, бизнесменов и менеджеров — основных действующих лиц рыночной экономики — должны пополняться людьми, которые к этому внутренне предрасположены, обладают соответствующими качествами, чертами характера, склонностями. Человек, обладающий критическим представлением «о времени и о себе», как правило, реально оценивает сложившиеся обстоятельства, действует по принципу установки «я хороший, вы хорошие». При оценке «себя, любимого» как в профессиональном, так и в денежном эквиваленте опирается на несколько показателей:

- ориентируется на бюджет фирмы, в которой хочет работать;
- реально оценивает свой опыт и квалификацию;
- учитывает степень эксклюзивности специалистов своего профиля и уровня;
- узнает заранее, сколько получают специалисты данного профиля;
- учитывает географическое расположение будущего места работы;
- узнает все о льготах;
- четко оговаривает весь перечень своих обязанностей;
- отталкивается от того, насколько ему нужна работа и насколько он нужен фирме;
- конкретно отвечает на вопрос «На какую сумму вы рассчитываете?»;
- не спешит соглашаться на предложенный оклад, обдумывает предложение.

Процесс развития самооценки взаимосвязан с желанием получать достойную оплату труда. Выяснение щекотливых финансовых отношений сопровождает человека на протяжении всей профессиональной деятельности. Поддержание адекватной самооценки позволит соискателю рабочего места быть более успешным в поиске достойной работы. Работодателю собеседование на тему желаемой заработной платы позволит не только сориентироваться, насколько дорог для него специалист, но и узнать особенности самооценки потенциального работника и возможные личностные качества, стоящие за цифрами, которые называет собеседник, оценивая свой профессиональный потенциал.

Для проведения объективной самооценки рекомендуется выписать свои сильные и слабые стороны как профессионала и как личности. Составьте объективный список собственных достижений (причем не только профессиональных) — чем он будет детальнее, тем лучше. Особенно обратите внимание на качества, важные для делового общения и выстраивания отношений в коллективе. Если они не на высоте — подумайте о том, каким образом можно было бы это исправить: записаться на специальные курсы, почитать литературу о деловой коммуникации и т. п.

Проведите опрос своих родственников, коллег, близких знакомых — какие деловые и человеческие качества, особенности внешнего облика и поведения они в вас ценят, а что хотели бы в вас «исправить». Такой способ, напоминающий метод «360 градусов», поможет получить более объективную оценку достоинств и недостатков. Кроме того, определите, каким группам людей (коллеги на работе, начальство, члены профессиональной ассоциации и т. п.) вы хотите «показать себя», какое хотели бы произвести на них впечатление.

Обратите внимание, на что в первую очередь обращают внимание потенциальные покупатели вашего «товара»:

- знания в области основной специальности;
- способность к обучению новым навыкам;
- привлекательный внешний вид;
- общий уровень культуры (достойное поведение, грамотная речь);
- позитивный настрой;
- хорошее здоровье.

Ищите в себе те особенности и таланты, которые дают вам преимущество перед

другими специалистами кадровой сферы. Это может быть редкая специализация в какой-то области, интересные деловые связи. Возможно, вы обладаете знаниями, не востребованными на нынешней работе, но тем не менее они также должны быть задействованы в вашем дальнейшем продвижении

Правильное формирование характеристик и требований к тому или иному виду профессиональной деятельности является всего лишь первым шагом в самооценке. В дальнейшем потребуются адекватная личная оценка степени соответствия своей профессиональной компетенции, деловых и личностных характеристик требованиям профессии и статуса. Представляется, что эта задача может быть решена двумя способами:

1. Простая интуитивная оценка. Давно замечено, что большинство людей интуитивно относительно верно определяют свои личностные свойства, а также могут более или менее успешно прогнозировать свое поведение в конкретных обстоятельствах. Естественно, что практика межличностного общения и профессиональная деятельность вносят свои коррективы в интуитивные представления людей о себе и служат критерием точности сделанного прогноза.

2. Тестовая оценка — наиболее распространенный способ в достаточной степени формализованной оценки личностных качеств: темперамента, черт характера, способностей, особенностей интеллекта, отношения к людям и к себе, ценностных ориентации и установок.

Прежде, чем приступить к собственно процедуре самооценки, следует четко себе уяснить свое нынешнее материальное, духовное и физическое состояние. Такого рода предварительное «знакомство» с самим собой значительно упростит проведение нормальной процедуры — самооценки, а также будет способствовать повышению точности и достоверности ее результатов.

Ниже приведены вопросы для оценки Вашей нынешней жизненной ситуации, которые сгруппированы по отдельным блокам.

1. Профессиональная деятельность

- 1.1. Имею ли я четкие представления о своей работе?
- 1.2. Помогает ли мне работа в достижении других жизненных целей?
- 1.3. Правильно ли я выбрал профессию?
- 1.4. Каковы мои цели развития и продвижения по отношению к работе? 1-5. Каковы мои желания в отношении изменения ответственности, власти, влияния, доверия, заработной платы, продвижения по службе, благ?
- 1.6. Какую работу я хочу выполнять через пять (десять) лет?
- 1.7. Есть ли у меня воодушевление и мотивация?
- 1.8. Что является для меня мотиватором сейчас? А через пять лет?
- 1.9. Каковы сильные и слабые стороны моей мотивации? 1.10. Как мне убедиться, что моя работа будет в ближайшие годы отвечать моим потребностям?

2. Хозяйство

- 2.1. Каково мое материальное положение в настоящее время?
- 2.2. Есть ли у меня личный бюджет, каков он и придерживаюсь ли я его рамок?
- 2.3. Есть ли у меня долги и сколько их?
- 2.4. Каковы мои накопления?
- 2.5. Каковы мои потребности в каких-либо материальных благах?
- 2.6. Независим ли я материально?
- 2.7. Как я могу в случае необходимости улучшить свое материальное положение?

3. Физическое состояние

- 3.1. Какова моя общая физическая форма?
- 3.2. На чем основана моя оценка (самочувствие, интуиция, тесты)?
- 3.3. Регулярно ли я бываю на осмотрах у врача?

- 3.4. Постоянно ли я занимаюсь физкультурой?
- 3.5. Достаточно ли я сплю?
- 3.6. Правильно ли я питаюсь?
- 3.7. Каков мой вес?
- 3.8. Умею ли я расслабляться?
- 3.9. В каких количествах употребляю алкоголь? Как часто курю?
- 3.10. Забочусь ли я о «строительстве» своего тела?
- 3.11. Как я могу улучшить свое физическое состояние?

4. Человеческие отношения

- 4.1. Искренне ли я интересуюсь мнением и точкой зрения других?
- 4.2. Каким образом я учитываю в своей работе мнение своих коллег?
- 4.3. Интересуют ли меня чужие заботы и проблемы?
- 4.4. Интересует ли других мое мнение?
- 4.5. Навязываю ли я другим свои мысли и мнения?
- 4.6. Умею ли я слушать?
- 4.7. Умею ли я ценить людей, с которыми общаюсь?
- 4.8. Стремлюсь ли я к совершенствованию личных качеств людей, с которыми общаюсь?
- 4.9. Как я забочусь о дружеских отношениях?
- 4.10. Каким образом я мог бы развивать мои отношения обратной связи?

5. Психологическое состояние

- 5.1. Развиваю ли я себя постоянно тем или иным способом?
- 5.2. Регулярно ли я читаю газеты, журналы, литературные издания?
- 5.3. Слежу ли я за новостями по газетам, радио, телевидению?
- 5.4. Посещаю ли я учебные мероприятия, какие-либо курсы, занимаюсь ли самообразованием?
- 5.5. Есть ли у меня личный план самосовершенствования?
- 5.6. Есть ли у меня заинтересованность, жизненный тонус? Самоуважение? Уверенность в себе?
- 5.7. Творческий ли я человек? Активный? Напористый? Гибкий? Контактный?
- 5.8. Как я могу развивать свою мотивацию?

6. Семейная жизнь

- 6.1. Понимаю ли я значение семьи?
- 6.2. Какова моя семейная ситуация?
- 6.3. Изменится ли она в ближайшие годы, и каким образом?
- 6.4. Уделяю ли я достаточно времени своей семье?
- 6.5. Есть ли в моей семье общие увлечения?
- 6.6. Знаю ли я потребности и мнения членов семьи?
- 6.7. Могу ли я создать в своей семье открытую и душевную атмосферу?
- 6.8. Создаю ли я своей семье надежные условия?

7. Интеллектуальное развитие

- 7.1. Достаточно ли мне базового образования?
- 7.2. Глубоко ли я знаю предмет своей профессиональной деятельности?
- 7.3. Как оценивают окружающие мое интеллектуальное развитие?
- 7.4. Обоснованы ли мои эстетические, экономические, политические, социальные взгляды и убеждения? Нет ли необходимости пополнить или развить соответствующие знания?
- 7.5. Какие иностранные языки я знаю?

- 7.6. Каков уровень моей письменной (устной) коммуникабельности?
- 7.7. В полной ли мере я реализую свои способности?
- 7.8. Какие меры я могу принять для своего интеллектуального развития?

8. Использование времени

- 8.1. Планирую ли я свое время?
- 8.2. Управляю ли я своим временем?
- 8.3. В какой мере распределение моего личного времени зависит от других?
- 8.4. Есть ли необходимость изменить что-то в использовании моего времени?
- 8.5. Достаточно ли времени я уделяю своей профессиональной деятельности, досугу, семье, самообразованию?
- 8.6. Отдыхаю ли я так, как хочу, и тогда, когда хочу?
- 8.7. Нужно ли обогатить содержание моего досуга?
- 8.8. Эффективно ли я использую свое время?
- 8.9. Какие меры я могу предпринять для того, чтобы более эффективно использовать свое время?

После того как проведена самооценка, запишите на бумаге свои цели: какую работу и какое положение в обществе вы хотели бы иметь через год, а также через 3–5–10 лет. Тщательно продумайте и постройте долгосрочный план «внедрения себя любимого» на рынок. На какой карьерной ступеньке вы сейчас? Чего хотите добиться в итоге? Что нужно предпринять, чтобы конечная цель осуществилась? Определите навыки и знания, которые вам необходимы сегодня и потребуются в будущем.

Чтобы достигнуть своих целей, необходимо предложить рынку труда именно то, в чем нуждается потенциальный работодатель. Любой товар должен занять свою потребительскую нишу — среду, в которой он пользуется постоянным спросом. Рекомендуются и специалисту найти и прочно занять свою нишу. Со временем при желании можно будет себя перепозиционировать и предложить свои силы в другом рыночном сегменте. Даже если вы не собираетесь покидать нынешнее место работы, постоянно проводите мониторинг рынка труда — отслеживайте ситуацию через профессиональные средства массовой информации, специализированные сайты о работе и т.п. Зная свои слабые и сильные стороны как профессионала и личности, несложно будет определить свою реальную стоимость на этом рынке.

Теперь осталось воплотить все проанализированное и запланированное в жизнь. Надо настроиться на серьезную работу над собой. Самомаркетинг ведется в любое время суток, а не только в рабочие часы, ведь покупателя на свой «товар» можно найти в любом месте — на специализированной конференции, в командировке. Вообще залог собственного продвижения заключается во встречах и общении с как можно большим количеством людей — кто-то из них через некоторое время, возможно, станет вашим работодателем либо порекомендует вас другим.

Было бы неправильно думать, что возможности (способности) конкретного человека однозначно заданы и не подлежат развитию, коррекции. Своевременная экономико-психологическая диагностика может помочь человеку осознать свои сильные и слабые стороны в учебной, и трудовой деятельности, в общении с людьми.

Стихийная коррекция своих профессиональных и личностных возможностей осуществляется на протяжении всей жизни. На ошибках, как говорят, учатся, задача состоит в том, чтобы эти ошибки своевременно осознавались человеком, и он менял и перестраивал представления о своих способностях. Часто такая перестройка сопровождается не только внутренним конфликтом личности, но и внешними конфликтами с другими людьми — свидетелями ошибок и участниками совместной деятельности. Древнеиндийское выражение «Познай себя, и ты познаешь мир» при всей своей ортодоксальности полезно, так как ориентирует человека на поиск внутренних резервов своего развития и совершенствования.

Оценка самого себя, как правило, требует от вас немалых усилий. Вам предлагается

весьма откровенно ответить на множество вопросов о себе: как вы выглядите, как вы себя ведете, что вы из себя представляете и каков ваш характер. Отнеситесь к ответам как к рабочему собеседованию, которое вы устроили сами себе. Конечно, если вы захотите, вы можете себя обмануть. Никто не принесет вам большего вреда, чем вы сами.

Цель — помочь вам создать правдивый портрет самого себя, т. е. провести маркетинговое исследование собственной персоны. Это не глубинный психологический тест. И все-таки, в конце вы будете лучше представлять, на что вы годны, на что нет. Даже если вопросы покажутся вам слишком простыми, все равно попытайтесь ответить на них и понять, почему вам их задают и что ваш ответ расскажет вам о себе. Возможно, вам впервые в жизни придется задуматься всерьез о том, кем вы являетесь на самом деле. Затраченное на ответы время окупится с лихвой.

Вопросы объединены в несколько разделов, чтобы помочь вам попытаться выяснить все о себе.

Организованный ли вы человек?

В состоянии ли вы выполнить поручения, которые вам дают?

Да/Нет

Выполняете ли вы поручение в срок, не откладывая его на "потом"?

Да/Нет

Пунктуальны ли вы; вовремя ли вы приходите на свидания?

Да/Нет

Вовремя ли вы заканчиваете свои домашние задания, курсовые, проекты?

Да/Нет

Выполняете ли вы их без спешки, когда есть время, не доводя до последнего момента?

Да/Нет

Всегда ли вы планируете то, что необходимо делать?

Да/Нет

Намечаете ли вы порядок выполнения заданий для себя или для других?

Да/Нет

Планируете ли вы на завтра то, что собираетесь сделать в течение дня?

Да/Нет

Составляете ли вы список того, что хотите или обязаны сделать?

Да/Нет

Составляете ли вы список покупок?

Да/Нет

Составляете ли вы список необходимых вещей, когда собираетесь поехать в отпуск?

Да/Нет

Покупаєте ли вы подарки на дни рождения заблаговременно?

Да/Нет

Делаете ли вы рождественские покупки заранее, не торопясь?

Да/Нет

Являетесь ли вы организатором вечеринок в семье или на работе?

Да/Нет

Аргументируете ли вы свои поступки?

Если вам требуются новые знания или опыт для работы или хобби, стараетесь ли вы что-то предпринять и добыть эти знания?

Да/Нет

Хватает ли обычно у вас сил и энергии на выполнение того, чего вы хотите?

Да/Нет

Подолгу ли вы просиживаете у телевизора в свободное время?

Да/Нет

Выносливы ли вы?

Да/Нет

Выкраиваете ли вы время на занятия спортом? Регулярно ли вы тренируетесь?

Да/Нет

Легко ли вам что-либо делать самостоятельно?

Да/Нет

Работаете ли вы самостоятельно?

Да/Нет

Нравится ли вам постоянно находиться в компании товарищей?

Да/Нет

Не отвлекаетесь ли вы, когда корпите над какой-то работой?

Да/Нет

Можете ли вы попросить забежавшего к вам товарища прийти в другое время, если вы выполняете срочную работу?

Да/Нет

Смотрите ли вы любимые телепередачи тогда, когда вам необходимо закончить скучную, нудную работу?

Да/Нет

Задерживаетесь ли вы на работе, когда надо кому-то помочь?

Да/Нет

Считаете ли вы себя ленивым?

Да/Нет

Считаете ли вы себя трудолюбивым?

Да/Нет

Если вы начинаете какое-либо дело, которое находится в пределах человеческих возможностей, всегда ли вы его заканчиваете?

Да/Нет

Выдерживаете ли вы большие нагрузки во время занятий спортом: бегом по пересеченной местности, марафоном или триатлоном?

Да/Нет

Любите ли вы рисковать?

Способны ли вы рисковать?

Да/Нет

Нравится ли вам начинать что-то новое в своей жизни: заниматься новым видом спорта, деятельности, пробовать новые блюда, бывать в новых ресторанах и столовых?

Да/Нет

Как вы общаетесь?

Считают ли вас красноречивым?

Да/Нет

Охотно ли и доходчиво пересказываете вы сюжеты вчерашних телефильмов, если вас просят? Можете ли вы убеждать других делать именно то, что вы хотите?

Да/Нет

Можете ли вы привести убедительные доводы людям, чтобы заставить их делать то, что вы хотите?

Да/Нет

Можете ли вы интересно объяснить другим то, что поняли быстрее их?

Да/Нет

Ладите ли вы с людьми?

Считаете ли вы, что ладите с людьми?

Да/Нет

Можете ли вы управлять людьми и организовывать их на качественное выполнение работы?

Да/Нет

Удавалось ли вам продавать что-либо другим?

Да/Нет

Всегда ли вам хочется побыстрее закончить работу?

Да/Нет

Решительны ли вы?

Умеете ли вы быстро принимать правильные решения?

Да/Нет

Считаете ли вы себя решительным человеком

Да/Нет

Часто ли вы принимаете решения?

Да/Нет

Когда вы принимаете решение, всегда ли оно правильно?

Да/Нет

Хотите ли вы учиться чему-то?

Можете ли вы прилагать дополнительные усилия для того, чтобы изучить что-то новое?

Да/Нет

Можете ли вы отыскивать новую информацию, если в этом возникает потребность?

Да/Нет

Пользовались ли вы библиотекой недавно?

Да/Нет

Умеете ли вы планировать?

Планируете ли вы свои действия?

Да/Нет

Вовремя ли вы замечаете возникающие трудности?

Да/Нет

Гибкий ли вы человек?

Считаете ли вы себя гибким и быстро приспосабливающимся к обстановке человеком?

Да/Нет

Творческий ли вы человек?

Считаете ли вы себя творческой личностью?

Да/Нет

Говорят ли ваши знакомые, что у вас хорошее воображение?

Да/Нет

Разгадываете ли вы кроссворды?

Да/Нет

Смотрите ли вы телевикторины?

Да/Нет

Часто ли вам приходят в голову новые мысли?

Да/Нет

Занимаетесь ли вы творческой работой, например, пишете, рисуете, музицируете?

Да/Нет

Как вы переносите трудности?

Считаете ли вы себя способным справиться с любыми трудностями?

Да/Нет

Сталкиваясь с трудностями, пытаетесь ли вы инстинктивно избегать их?

Да/Нет

Способны ли вы встречаться с проблемой лицом к лицу?

Да/Нет

Когда с трудностями сталкиваются другие, пытаетесь ли вы помочь им и переложить часть забот на себя?

Да/Нет

Ответив на все вопросы откровенно, попытайтесь найти человека, который бы ответил

на те же вопросы, но не о себе, а о вас, и сравните результаты...

Марк Твен в свое время сказал: «Тысячи гениев живут и умирают безвестными — либо не узванными другими, либо не узванными самими собой». Не надо открывать Америку, что понять, что каждый из нас приходит в этот мир с определенной миссией. Однако не каждому удастся ее выполнить. Вы еще не нашли себя? Значит, плохо искали. Себя можно только создать, и сделать это, поверьте, никогда не поздно. Поскольку речь в дальнейшем у нас пойдет о карьере, о методах и путях ее достижения, то следует помнить, что ей, как и любви, все возрасты покорны.

Важная черта успешного человека — позитивное отношение к жизни и в своей самооценке вы должны обязательно отразить весь свой позитив. Конечно, это не значит, что у вас не может быть плохого настроения. Но позитивный человек не склонен впадать в депрессию. Если же вы любите понуть, побурчать, пожаловаться на жизнь и покритиковать все вокруг — вы удаляетесь от счастья и успеха семимильными шагами. Учитесь верить в свои силы и доверять окружающему миру, а также взаимодействовать с коллегами или друзьями с позиций уважения и понимания. Не отказывайте в праве на ошибку ни себе, ни другим. На ошибках действительно учатся! Так что развивайте свои творческие возможности. При поиске нестандартных решений часто используют техники доступа к бессознательным ресурсам и их интеграции, например, любые варианты мозгового штурма. Раскрыть свои таланты можно не напрягаясь, а расслабляясь. Переключение внимания способствует появлению спонтанных решений.

Еще один фактор успеха, который играет большую роль особенно на первых порах, представляет собой соответствующую «референтную группу». В нее могут входить родственники, друзья, сослуживцы, чье мнение для вас максимально значимо. Человек и среда взаимно влияют друг на друга. Поэтому, если вы хотите стать успешным, вам легче будет сделать это среди тех, кто ориентирован на успех и поддерживает ваши начинания.

При этом не стоит негативно относиться к тому, что уже перестало вас устраивать. Если вы ненавидите свою работу, вам будет сложно сменить ее на лучшую. То, что вы имеете сейчас, соответствует тем целям и возможностям, которые у вас были раньше. Поэтому поблагодарите все, что вы создали вокруг себя, и учитесь создавать новое. На этом пути может возникнуть сложный момент, когда старое уже ушло, а новое еще не началось, и вы как будто висите в пустоте. Проявите терпение и продолжайте работать над своим будущим, и оно обязательно наступит. Старайтесь быть в хорошем настроении и радоваться тому, что у вас есть. Счастье — это не приз, который ждет вас в конце пути, это ощущение от правильного движения к своей мечте. Ваши цели меняются. Достигнув одних рубежей, вы намечаете для себя другие... Это бесконечный процесс. Гармоничная жизнь похожа на танец (а не на бег с препятствиями). Учитесь наслаждаться жизнью в любой момент времени. Энергия радости и счастья — безграничный источник успеха.

В настоящее время, когда страна перекраивает свою хозяйственную систему и хочет достойно выйти на мировые рынки, необходимо учиться и разбираться, наконец, в том, кто мы есть на самом деле. В этом плане предлагаемая читателям книга является уникальным в своем роде изданием, позволяющим в простой и доступной форме на практике реализовать основные положения по личной оценке своих качеств и достоинств с целью достойного их представления на современном рынке труда. Самомаркетинг любого потенциального продавца своей рабочей силы, как нам представляется, должен быть не только постоянным спутником людей, ищущих сейчас себе рабочее место, но и всех тех, кто уже в основном определился с местом работы и в ближайшее время как будто и не собирается ее менять. Вместе с тем, в окружающем нас мире, да и внутри нас все постоянно меняется: изменяется содержание работы, изменяются наши предпочтения и интересы, изменяется уровень нашей квалификации, образования, интеллекта. Соответственно этому должны меняться и условия нашей жизни. Каким образом отслеживать эти процессы? Как проводить мониторинг уровня

своих способностей и возможностей? На эти вопросы читатель найдет исчерпывающие ответы в последующих главах книги.

Материалы тестового раздела книги содержат подробные рекомендации по улучшению полученных характеристик. Тесты подобраны таким образом, чтобы каждый соискатель рабочего места мог без особого труда проверить себя независимо от уровня профессиональной и образовательной подготовки. По данным тестам можно проверить не только себя, но и уже существующий коллектив, а также новых работников, которых работодатель хочет принять на ту или иную должность.

При самооценке личностных качеств избегать общечеловеческой слабости и оценивать себя выше, чем вас оценили бы другие. При ответах на вопросы, безусловно, решающую роль играет честный и объективный анализ своих способностей, в особенности применительно к инициативности и руководящей работе. Кроме самооценки необходимо получать как можно больше мнений людей, которые Вас хорошо знают. В данном случае поставьте себя, например, на место начальника или хорошего товарища и оценивайте с большей степенью объективности.

Получение небольшого количества баллов по тестированию не должно Вас огорчать и даже смущать при условии, что Вы все равно хотите и будете стремиться получить желаемую работу. В этом случае чрезвычайно важно как можно раньше осознать все свои слабости и неразвитые личностные характеристики, свойственные желаемому месту работы, и учесть их при дальнейшем самосовершенствовании или учебе в школах бизнеса.